

## Compte rendu

### *La place des publics*

L'ouvrage collectif *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, est un ouvrage publié en 2007 par La Documentation Française. Cet ouvrage est le compte rendu des journées d'études des 1<sup>er</sup> et 2 juin 2006, organisées à l'Ecole du Louvre, par le département des publics de la Direction des musées de France. Le but de ces journées était de faire le bilan des études de public ayant eu lieu de 2001 à 2006, et analyser leur impact sur la politique culturelle des musées. Le ministère de la Culture et de la Communication commande périodiquement des études statistiques sociologiques afin de mieux connaître ce public, ses attentes et ses comportements et tenter d'accroître la fréquentation des musées.

Les études s'intéressent ici au pouvoir d'attraction et de rétention du public par les musées. L'ouvrage est structuré en 5 parties qui correspondent à 5 pistes de travail. Ce compte-rendu aborde chacune des parties de manière globale en s'attachant à l'un des exemples développés, le plus pertinent.

La 1<sup>ère</sup> section ; « Capitaliser les études de public » regroupe des études analysant les profils de visiteurs. L'étude du Crédoc commandée par la Direction des musées de France est réalisée sur un échantillon de 200 français majeurs. Il s'agit d'une étude quantitative sur la fréquentation et l'image des musées de France en 2005. Tout d'abord, un tiers des interrogés déclare s'être rendu au musée avec une moyenne d'environ 3 visites. Le public fréquentant les musées à un fort capital culturel (diplômés du supérieur ou cadres). Environ 2/3 des Français ne sont pas allés au musée dans l'année et 43% d'entre eux expliquent leur « non-fréquentation » parce que cela « ne les intéresse pas vraiment », bien qu'ils trouvent les musées importants. Il s'agit d'un paradoxe qui demeure car il y a des barrières psychosociologiques, ils ne pensent pas avoir les clés de lecture. De plus, la moitié des français trouvent que les prix sont trop élevés et établissent un prix de 10€ maximum. Dans l'ensemble, les musées sont définis par les interrogés comme des lieux intéressants mais peu chaleureux. Les habitués sont dithyrambiques et trouvent que ce sont des lieux d'apprentissage qui permettent une meilleure compréhension de la société. Néanmoins, le visiteur occasionnel au capital culturel « moyen » dit que la visite est agréable mais il a le sentiment d'être livré à lui-même, il voudrait être mieux guidé avec une information plus accessible. Enfin, le tiers restant, les non-visiteurs (employés et non diplômés) ici appelés les « critiques » trouvent les musées ennuyants, réservés à une élite mais la moitié d'entre eux déclarent qu'ils pourraient s'y rendre s'il y avait davantage d'informations. Il ressort donc un véritable besoin de convivialité et de médiation ; un défi à relever pour les musées. Deux approches d'analyses coexistent, l'approche quantitative qui consiste à choisir un échantillon de population et lui soumettre des questions avec des réponses à choix multiples mais déjà prédéfinies qui peuvent biaiser les résultats. Les approches qualitatives par entretien sont plus détaillées mais elles ont tendance à cibler la satisfaction à

l'issue d'une visite, analysant donc les visiteurs familiers. Les professionnels sont critiques ; « Les analyses quantitatives, par questionnaires sont les plus nombreuses, et ont essaimé une culture du chiffre dans les milieux culturels ». Ils rappellent qu'elles donnent une tendance générale qu'il faut prendre en compte pour adapter la politique culturelle, mais qu'il ne faut pas trop s'accrocher aux chiffres.

Remarque personnelle : Il est frappant de voir que le constat de 2005 est similaire dans l'étude de 2018 du ministère. Malgré une hausse de la fréquentation des musées entre 2005 et 2018 (la moitié des Français vont au musée contre les 2/3), une baisse de la fréquentation chez les jeunes est visible. Une fréquentation qui est au plus bas depuis les premières études de 1973. De plus, les écarts sociaux ont tendance à se creuser ce qui est inquiétant. Ainsi, l'accessibilité est une problématique économique (max 10€), sociale (autocensure), et l'accessibilité des jeunes (15-30 ans) aux musées est une question d'actualité dont il faut se saisir.

La 2<sup>ème</sup> section intitulée « Tourisme culturel : villes monuments et musées », s'attache aux études liant public et tourisme culturel. En effet, dans l'étude de la première partie, il était précisé que les visites de musées se font souvent dans le cadre d'un déplacement lors de vacances, étant ainsi lié au tourisme et au développement local d'une région. Cela est développé dans cette partie à travers 3 exemples tout d'abord celui du musée d'Arles antique qui souffrait d'un manque de visibilité car il était situé sur la presqu'île le rendant difficilement accessible. Ainsi, des navettes reliant le centre historique au musée ont été mises en place. Cette partie aborde ensuite le cas du musée national du château de Pau, avant de produire une évaluation des documents de visites édités par le Centre des monuments nationaux.

La 3<sup>ème</sup> partie nommée « Devenir visiteurs de musée...ou pas, les jeunes publics », s'intéresse à l'étude du jeune public (6-14 ans). Les études soulignent que pour ce public le musée est un lieu de sociabilité, la visite se fait avec l'école ou la famille, il s'agit de discuter de cette expérience, d'en faire un moment convivial où s'opère une transmission de connaissances (de l'adulte à l'enfant ou l'inverse). Une étude menée à Strasbourg, concerne des jeunes mal-voyants, qui ont aidé à concevoir une exposition. Les guides en braille sont importants mais leur lecture nécessite beaucoup de concentration et fatigue rapidement. Une approche multisensorielle est préférable, en créant une ambiance sonore et olfactive liée à la thématique de l'exposition. Un partenariat sur le long terme entre musées et associations de personnes en situation de handicap, est essentiel. Il faut avoir une proximité constante avec ce public pour rendre le contenu de l'institution accessible à tous profils. De plus, les approches tactiles sont aussi attractives pour un public voyant. Ainsi, ces enfants ont donné aux professionnels de nouvelles manières de penser une exposition. Qui plus est, les auteurs insistent sur l'importance d'une fidélisation dès le plus jeune âge pour ancrer la pratique muséale sur le long terme. Cela est d'autant plus vrai pour ce qui est de la fréquentation des musées d'art moderne et contemporain, où un décrochage important est observé passé l'adolescence.

La 4<sup>ème</sup> partie de l'ouvrage est nommée « Les études de réception, outils de stratégie culturelle ». Cette partie se focalise sur les études de réception, avec l'exemple des livres d'or. Ils permettent d'analyser la réception d'une exposition ou d'une collection permanente et sont désormais analysés par les musées. C'est un espace laissant une liberté d'expression totale et des opinions très tranchées y sont parfois consignées. L'analyse des livres d'or montre que 50% des témoignages sont écrits en langues étrangères, 11% sont écrits en français, le reste sont des dessins de jeunes enfants. Ces écrits sont là pour conseiller le musée ou partager des idées de contenus. Les professionnels se posent la question de la place du livre d'or, usuellement c'est un carnet en fin de parcours, un livre de politesse, présent par tradition plus que pour en faire usage. Ils sont soit positionnés dans un coin intime ou devant un membre du personnel, ce qui peut induire une réserve du visiteur ; au château de Versailles il fallait notamment le demander. Celui du musée de la Marine répond aux visiteurs car ils leurs demandent de laisser leurs coordonnées, il y a donc une véritable interaction. Les témoignages des livres d'or sont utilisés dans un but réflexif ou bien parfois dans une stratégie publicitaire, où les phrases dithyrambiques sont publiées dans les campagnes de communication du musée.

Remarques personnelles : Le livre d'or semble être un outil primordial car c'est un aperçu de l'opinion public « à l'instant T », dépeignant la réception du propos du musée dans l'imaginaire collectif. Après cette lecture et nos discussions avec les professionnels de notre formation, je m'attache désormais à consulter le livre d'or, surtout à l'issue d'expositions temporaires, ce qui donne un retour intéressant sur la manière dont a été reçu le propos.

La 5<sup>ème</sup> section intitulée « Les muséologies participatives, associer les visiteurs à la conception des expositions », s'attache à comprendre si la muséologie participative peut régler la crise de l'élitisme des musées. Un comité de visiteurs a aidé le Musée de l'Homme en prévision de son événement sur le 150<sup>ème</sup> anniversaire de Néandertal. L'expérience a été menée dans un musée des civilisations car ces musées touchent à l'identité, dans le but de s'insérer un peu plus dans le tissu social. Cette expérience s'est déroulée sur 8 rencontres, entre septembre 2005 et juin 2006. Le comité de visiteurs a fait des propositions sur le contenu de l'exposition, les participants ont trouvé l'expérience intéressante mais certains ont été déçus de ce rôle consultatif pesant peu dans les décisions finales. Le personnel du musée a trouvé cette expérience pertinente car elle a permis d'avoir de nouveaux angles de vue. Les professionnels craignaient avant le début de l'expérience « l'ethnostalgisme », que le propos soit monopolisé par les « ancêtres légitimes » qui exprimeraient leur identité. Les professionnels préféraient de ce fait, un regard historien plus neutre et factuel. Cette crainte a été balayée mais la muséologie participative reste pour eux trop difficile à mettre en application.

Remarques personnelles : Le jugement des professionnels est ici assez dur, ils ont du mal à laisser la place aux visiteurs dans le processus de décision, or leurs propositions sont pertinentes, il serait bon d'introduire davantage la communauté pour repenser le musée. Cela a été fait récemment au Louvre Lens, en 2022, lors de l'exposition « Intime et moi » comme l'a déclaré Marie Lavandier, directrice de l'institution. Exposition durant laquelle des jeunes de la région ont été co-commissaire de l'exposition. L'accessibilité, dans la conception même du propos du musée est un enjeu actuel qui tend à se développer par la muséologie participative.